

Lecciones aprendidas & conclusiones

Los acontecimientos globales adversos nos hacen entender por qué abogar por la inclusión, la accesibilidad y la diversidad, **es bueno para el turismo y bueno para las personas.**

La accesibilidad trata del trabajo conjunto

Los responsables de los diferentes sectores han de aunar esfuerzos a la hora de diseñar políticas y estrategias que aporten soluciones a los problemas de accesibilidad, basándose en el aprovechamiento de datos y la investigación de mercado.

Las normas y las recomendaciones internacionales no consisten en afirmar “yo cumplo con esto”; Representan herramientas útiles para que los destinos y las empresas evalúen y mejoren sus niveles de accesibilidad.

La concesión de ayudas públicas puede estar condicionada por la accesibilidad. La “accesibilidad” concebida como requisito para recibir fondos para la recuperación o mejoras en infraestructuras, puede ser un incentivo para los empresarios.

La accesibilidad es el motor de la innovación

Las experiencias de turismo accesible deberían tener lugar en entornos confortables y agradables, diseñados para todo tipo de personas, con o sin discapacidad.

La inclusión mejora la innovación, la calidad de los servicios y los resultados empresariales. La accesibilidad y la diversidad generan un ambiente de pertenencia entre empleados y usuarios, fomentando el trabajo digno, nuevas fuentes de ingresos y la fidelidad del cliente.

Las estrategias nacionales requieren de unos mecanismos de coordinación y un enfoque territorial y sectorial específico. Es clave involucrar a los usuarios finales y a expertos cualificados: “Nada sobre nosotros, sin nosotros”.

La accesibilidad requiere de un cambio de mentalidad

Cuando un recurso se presenta como “inaccesible” sin más, deberíamos hacernos la pregunta: “cuáles son esas características tan únicas que justifican excluir de su disfrute a millones de usuarios?”

Los dos desafíos principales siguen siendo el cambio de mentalidad y comprender el interés comercial de la accesibilidad. Por ello, la formación, tanto a nivel ejecutivo como de atención al cliente, es clave.

Construir destinos turísticos accesibles AHORA determinará su FUTURO: lugares donde tanto los residentes como visitantes disfrutarán de calidad de vida, a cualquier edad.